Jurnal Peternakan Indonesia, Oktober 2025
ISSN 1907-1760 E-ISSN 2460-6626
Accredited: 14/E/KPT/2019

JPI Vol. 27 (3): 245-255
DOI:10.25077/jpi.27.3.245-255.2025
Available online at http://jpi.faterna.unand.ac.id/

Faktor Penentu Daya Saing Rendang Daging Sapi Berbasis Kearifan Lokal

Determinants of the Competitiveness of Beef Rendang Based on Local Wisdom

Fitrimawati [1*], Nurhayati [1], Ida Indrayani [1]

[1]Department of Livestock Business and Development, Faculty of Animal Science, Andalas University
Limau Manis, Kampus Unand 25163, Indonesia
*Corresponding author: fitrimawati@yahoo.com
(Diterima: 6 Mei 2025 ; Disetujui: 30 Oktober 2025 ; Terbit: 31 Oktober 2025)

ABSTRAK

Pengembangan usaha dari olahan hasil ternak berbasis kearifan lokal dapat menjadi stimulan terhadap peningkatan pembangunan peternakan di Sumatera Barat. Rendang daging sapi adalah olahan hasil ternak yang merupakan masakan khas masyarakat Minangkabau. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor penentu dalam peningkatan daya saing rendang daging sapi. Penelitian ini dilakukan pada 31 UMKM rendang daging sapi yang berada di Kota Padang, Payakumbuh, Kota Solok dan Kabupaten Limapuluh Kota. Metode penelitian adalah metode survei dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modelling (SEM-PLS). Model dibangun berdasarkan indikator daya saing yaitu kondisi faktor, kondisi permintaan, strategi, struktur, dan persaingan perusahaan, industri pendukung, peran pemerintah, dan peran peluang. Hasil penelitian mendapatkan peran pemerintah berpengaruh signifikan sedangkan kondisi faktor, kondisi permintaan, strategi, struktur, dan persaingan perusahaan, industri pendukung, dan peran peluang tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing rendang daging sapi di Sumatera Barat.

Kata Kunci: Daging sapi, Daya saing, Faktor penentu, Kearifan lokal, Rendang

ABSTRACT

The development of livestock processing businesses based on local wisdom can serve as a catalyst for enhancing livestock development in West Sumatera. Beef rendang is a processed livestock product that is a typical Minangkabau dish. The aim of this study was to analyze the factors that determine the competitiveness of beef rendang. This study was conducted on 31 small and medium-sized enterprises (SMEs) producing beef rendang in the cities of Padang, Payakumbuh, Solok and the Limapuluh Kota district. The research method employed is a survey method, with data collection techniques including questionnaires and interviews. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM-PLS). The model is built based on competitiveness indicators, which include factor conditions, demand conditions, firm strategy, structure and rivalry, related and supporting industries, the role of government, and chance. The results of the study revealed that the role of government had a significant effect, while factor conditions, demand conditions, firm strategy, structure and rivalry, related and supporting industries, and chance did not have a significant effect on the competitiveness of beef rendang in West Sumatera. The government can adopt enabling policies rather than intervening ones, by fostering a competitive, collaborative, and sustainable business ecosystem.

Keywords: Beef, Competitiveness, Determinants, Local wisdom, Rendang

PENDAHULUAN

Saat ini, komoditas peternakan menjadi salah satu komoditas strategis dalam memenuhi kebutuhan gizi masyarakat, terutama sebagai sumber protein hewani bagi Indonesia dan dunia. Produksi komoditas peternakan di Indonesia terus meningkat seiring dengan perkembangan industri pangan olahan berbasis hasil ternak. Peningkatan pangan olahan hasil ternak merupakan sebuah strategi dalam peningkatan pembangunan peternakan di Indonesia. Oleh karena itu pengembangan usaha produk olahan hasil ternak perlu ditingkatkan melalui pendekatan daya saing terutama produk olahan hasil ternak berbasis kearifan lokal.

Rendang adalah salah satu produk olahan hasil ternak yang merupakan makanan khas masyarakat Minangkabau. Bahan baku utama dari rendang adalah daging sapi dan ditambahkan dengan bahan baku pelengkap seperti santan dan berbagai rempah-rempah khas, seperti cabai, kunyit, jahe, serai, bawang merah, bawang putih, dan daun salam. Rendang bisa bertahan lama di suhu ruangan karena dimasak dalam waktu yang lama. Rendang sangat populer dan disukai oleh masyarakat Indonesia dan juga sebagian masyarakat luar negeri. Rendang tidak hanya berfungsi sebagai produk pangan, tetapi juga sebagai simbol identitas budaya, nilai-nilai sosial, dan kearifan lokal masyarakat Minangkabau dalam mengelola sumber daya alam.

Sekarang ini, rendang sudah diproduksi sebagai makanan siap saji dalam kemasan. Rendang sudah banyak diproduksi oleh UMKM di Sumatera Barat. Komoditi rendang ini diperuntukkan untuk pasar wisatawan sebagai produk oleh-oleh dan untuk pasar di luar Sumatera Barat melalui penjualan online. UMKM rendang banyak terdapat di Kota Payakumbuh, Kabupaten 50 Kota, Kota Padang dan Kota Solok. Salah satu daerah di Kota Payakumbuh dikenal dengan sebutan Kampung Rendang, dan kota ini telah membangun citra sebagai The City of Rendang. Di Kota Padang, rendang juga berkembang pesat dengan banyaknya UMKM dan adanya sentra produksi rendang

Pengembangan UMKM rendang yang berdaya saing perlu dilakukan berdasarkan potensi dan permasalahan yang dialami pelaku usaha. Tingginya komitmen Industri Kecil dan Menengah (IKM) Rendang dalam memenuhi kebutuhan pasar dalam hal kuantitas, variasi, dan kualitas menjadi kekuatan dari IKM rendang namun kurangnya modal dan rendahnya kualitas SDM merupakan kelemahan dari usaha rendang (Suresti *et al*., 2019). Disamping itu, rasio nilai tambah dari produk rendang berbahan dasar daging sapi lebih rendah yaitu Rp 23.600/kg dengan rasio 2,95%. Nilai ini lebih rendah bila dibandingkan dengan produk rendang lainnya seperti rendang telur dan paru (Suresti *et al*., 2021). Aktifnya kelembagaan rantai pasok yang terlibat dalam penyediaan bahan baku industri rendang dapat menjadikan industri rendang mampu bertahan (Sartika *et al*., 2023).

Dari sisi konsumen, mereka merasa puas terhadap produk rendang daging kemasan. Namun, masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki, yaitu cita rasa daging, harga produk, daya saing harga dengan produk kompetitor, serta ketersediaan produk di pasaran (Winahyu dan Pratama, 2022). Rendang telah diupayakan untuk masuk ke pasar luar negeri salah satunya ke Amerika Serikat. Upaya yang dilakukan adalah membangun sentra rendang, meningkatkan standarisasi ISO 22000, mempromosikan produk rendang, memberikan pelatihan dan pelaksaaan bazaar setiap tahun (Agustia, 2020)

Berdasarkan potensi dan permasalahan yang dialami pelaku usaha rendang, perlu pengembangan produk rendang yang diarahkan menjadi produk lokal berdaya saing di pasar lokal maupun internasional. Daya saing, dalam konteks ekonomi dan bisnis mengacu pada kemampuan suatu negara, perusahaan, atau individu untuk bersaing dengan efektif dalam pasar global atau lokal (Joseph *et al*., 2020). Menurut Porter *et al*. (2008), ada enam komponen daya saing yang harus diperhatikan organisasi

perusahaan dalam mendapatkan pangsa pasar dari produk yang mereka produksi yaitu kondisi faktor, kondisi permintaan, strategi perusahaan, struktur dan persaingan. Banyak penelitian telah dilakukan tentang strategi dan faktor yang mempengaruhi peningkatan daya saing produk. Hamulczuk dan Pawlak (2022) menemukan bahwa peningkatan keterbukaan perdagangan dan permintaan relatif, serta penurunan biaya unit tenaga kerja menentukan daya saing internasional industri makanan di seluruh dunia. Peningkatan nilai ekspor berdampak pada peningkatkatan daya saing (Zuhdi *et al*., 2022Daya saing usaha tani sangat dipengaruhi oleh dinamika harga komoditas internasional, perubahan biaya tenaga kerja, fluktuasi nilai tukar Rupiah terhadap dolar Amerika Serikat (USD), serta perubahan tarif impor komoditas (Bowo *et al*., 2016). Di negara-negara berkembang, terdapat empat faktor utama yang dapat memengaruhi daya saing komoditas pertanian tanaman pangan, yaitu ketersediaan sumber daya tanaman tertentu, perkembangan teknologi, tingkat permintaan baik di pasar domestik maupun internasional, serta harga komoditas di dalam negeri dan ekspor (Setiawan dan Mulyaningsih, 2022). Penelitian ini berkontribusi dalam menambahkan beberapa faktor penentu dalam peningkatan daya saing khususnya produk pangan berbasis kearifan lokal. Hasil ini dapat digunakan oleh pemerintah setempat sebagai strategi pengembangan UMKM rendang sebagai bagian dari daya saing daerah dan nasional.

MATERI DAN METODE

Penelitian ini telah dilakukan di UMKM rendang daging sapi yang ada di Sumatera Barat yaitu di kota Padang, kota Payakumbuh, kabupaten 50 Kota dan kota Solok. Lokasi penelitian dipilih secara purposive dengan pertimbangan keempat daerah ini terdapat UMKM rendang terbanyak di Sumatera Barat. Metode penelitiannya adalah metode survei terhadap UMKM rendang daging sapi yang ada di Sumatera Barat. Data yang digunakan adalah data primer dan dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara dan observasi. Populasi penelitiannya adalah pemilik UMKM rendang daging sapi yang ada di Sumatera Barat. Jumlah sampel ditentukan dengan Snowball sampling yaitu sebanyak 31 UMKM rendang daging sapi.

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Structural Equation Modelling (SEM-PLS). Variabel laten yang dianalisis terdiri dari kondisi faktor, kondisi permintaan, strategi perusahaan, struktur, dan rivalitas, industri pendukung, peran pemerintah, peran peluang, dan daya saing. Masing-masing variabel laten tersebut memiliki variabel manifes yang dilihat pengaruhnya terhadap daya saing rendang. Semua variabel manifes di ukur menggunakan skala Likert. Responden diminta memilih salah satu jawaban sesuai dengan tingkat pendapatnya terhadap pernyataan tersebut berdasarkan katagori skala Likert. Katagori jawaban yang dipilih responden adalah Sangat tidak setuju bernilai (1), Tidak setuju (2), Netral / Ragu-ragu (3), Setuju (4) dan Sangat setuju (5).

Evaluasi terhadap model pengukuran atau outer model dilakukan untuk mengukur sejauh mana model tersebut valid dan reliabel. Proses evaluasi ini mencakup pengujian validitas konvergen dan validitas diskriminan dari setiap indikator pembentuk konstruk laten, serta pengujian composite reliability dan Cronbach's alpha guna menilai keandalan kelompok indikator.

Validitas konvergen pada model pengukuran indikator dinilai melalui korelasi antaritem. Indikator dianggap memiliki validitas konvergen yang baik apabila loading factor bernilai tinggi, yaitu di atas 0,7, serta Average Variance Extracted (AVE) melebihi 0,5. Sementara itu, validitas diskriminan pada model pengukuran dengan indikator reflektif dievaluasi berdasarkan cross loading, di mana setiap variabel harus memiliki nilai lebih besar dari 0,70.

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan memiliki tingkat ketepatan, konsistensi, dan keandalan dalam mengukur konstruk. Pengujian reliabilitas terhadap konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan melalui dua metode, yaitu Cronbach's Alpha

Tabel 1. Nilai Validitas dan Reliabilitas dari Outer Model

Konstruk	AVE	Cronbachs Alpha	Composite Reability	Hasil Uji
Kondisi Faktor	0.695	0.857	0.901	Valid dan Reliabel
Kondisi Permintaan	0.870	0.850	0.930	Valid dan Reliabel
Strategi Perusahaan, Struktur, Dan Rivalitas	0.796	0.745	0.887	Valid dan Reliabel
Industri Pendukung	0.899	0.889	0.939	Valid dan Reliabel
Peran Pemerintah	0.781	0.857	0.914	Valid dan Reliabel
Peran Peluang	0.694	0.732	0.866	Valid dan Reliabel
Daya Saing	0.770	0.848	0.909	Valid dan Reliabel

dan Composite Reliability. Sebuah konstruk dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability melebihi 0,7 pada penelitian konfirmatori, sedangkan untuk penelitian eksploratori, nilai antara 0,6 hingga 0,7 masih dapat diterima (Hair *et al*., 2014).

Evaluasi terhadap model struktural atau inner model dilakukan untuk memprediksi hubungan antarvariabel laten. Penilaian inner model dilakukan dengan mengamati besarnya persentase varian yang dijelaskan, yang ditunjukkan melalui nilai R-square (R^2). Perubahan pada nilai R-square dapat digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel endogen serta menentukan apakah pengaruh tersebut bersifat substantif. Nilai R-square masing-masing sebesar 0,75, 0,50, dan 0,25 secara berturut-turut menunjukkan model dengan kategori kuat, sedang, dan lemah. Selain itu, tingkat signifikansi hubungan juga dapat dilihat dari nilai t-value sebesar 1,96 dengan tingkat signifikansi 5% (Chin, 1998).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengolahan data menggunakan SEM-PLS menghasilkan dua tahap yaitu hasil evaluasi outer model dan inner model sebagai berikut:

Hasil Evaluasi Outer Model

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk tahapan outer model didapatkan variabel manifes adalah valid dan reliabel sehingga dapat mewakili variabel laten. Semua inidikator yang dianalisis dari model ini sudah melalui uji convergent validity dimana nilai outer loading untuk setiap indikatornya lebih besar dari 0.70. Nilai outer loading yang diperoleh untuk semua indikator berkisar antara 0.738 – 0.962. Ini menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam penelitian ini mempunyai hubungan yang kuat dengan konstruknya. Nilai convergent validity juga ditunjukkan oleh nilai AVE (Average Variance Extracted).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai Average Variance Extracted (AVE) lebih besar dari 0,50, yang berarti 50% atau lebih varians dari indikator dapat dijelaskan oleh konstruknya. Selanjutnya, dilakukan pengujian reliabilitas terhadap konstruk untuk menilai tingkat konsistensi pengukuran. Nilai Composite Reliability digunakan sebagai dasar dalam penilaian reliabilitas tersebut. 0.887 sampai 0.939 untuk masing-masing konstruk dan nilai ini sangat baik sekali karena nilainya lebih besar dari Rule of thumb yaitu 0.70. Hal yang sama berlaku untuk nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh, yaitu lebih besar dari 0,70. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pembentuk konstruk bersifat reliabel atau telah memenuhi kriteria uji reliabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam model penelitian ini memiliki tingkat akurasi,

Table 2. Hubungan antar konstruk (Inner Model)

Hubungan Konstruk	Original Sample	T Statistics	P Values
Kondisi Faktor (X1) -> Daya saing	-0.104	0.760	0.447
Kondisi Permintaan -> Daya saing	0.209	1.697	0.090
Strategi Peluang, Struktur dan Rivalitas -> Daya saing	-0.005	0.063	0.950
Industri Pendukung -> Daya saing	0.030	0.413	0.680
Peran Pemerintah -> Daya saing	0.901	5.790	0.000
Peran Peluang -> Daya saing	-0.060	0.756	0.450

konsistensi, dan ketepatan yang baik dalam mengukur konstruk yang diteliti. Selanjutnya diperoleh hasil inner model terhadap model struktural daya saing rendang daging. Nilai R-Square yang diperoleh sebesar 0.973 yang artinya kondisi faktor, kondisi permintaan, strategi perusahaan, struktur, dan rivalitas, industri pendukung, peran pemerintah, dan peran peluang telah mewakili model daya saing rendang sapi sebesar 97.3%.

Pada Tabal 2. dijelaskan hasil inner model yaitu pengujian hubungan antar konstruk dari faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing produk rendang sapi. Hasil penelitian ini mendapatkan dari enam konstruk laten dimana hanya satu konstruk yang signifikan berpengaruh namun lima konstruk lainnya tidak signifikan berpengaruh kepada daya saing rendang daging sapi di Sumatera Barat. Hasil penelitian mendapatkan peran pemerintah berpengaruh signifikan sedangkan konstruk kondisi faktor, kondisi permintaan, strategi perusahaan, struktur, dan rivalitas, industri pendukung, dan peran peluang tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing rendang daging sapi di Sumatera Barat. Hasil ini relatif berbeda yang ditemukan Malkus (2017) dimana keunggulan kompetitif ditemukan pada produk pertanian Belanda. Meningkatnya permintaan akan produk berkualitas tinggi dan makanan organik yang diproduksi secara lokal memaksa perusahaan Belanda untuk meningkatkan standar mereka. Kehadiran industri terkait dan pendukung di Belanda bermanfaat bagi daya saing sektor pertanian Belanda. Hasil penelitian di atas dihasilkan dari hasil estimasi struktural model yaitu pada pada Gambar.

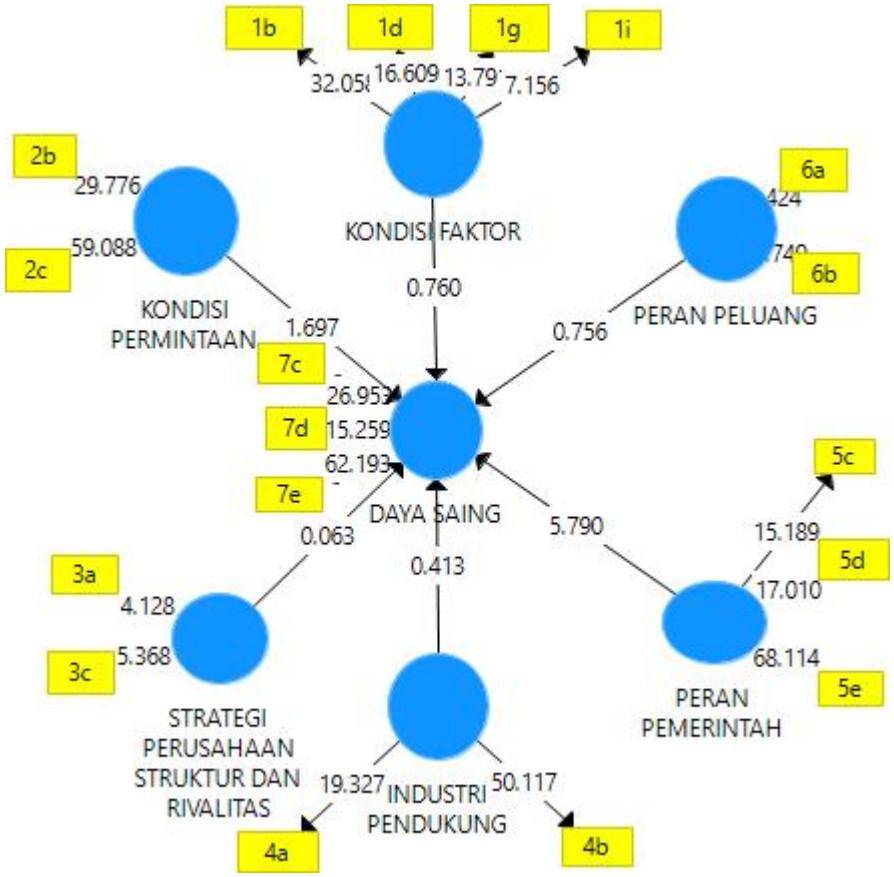
1. Pengaruh Kondisi Faktor Terhadap Daya Saing Rendang Daging Sapi

Pada penelitian ini ditemukan bahwa kondisi faktor tidak berpengaruh signifikan kepada daya saing rendang daging sapi kemasan. Ini dibuktikan dari nilai P Value yang didapatkan 0.447 > α 0.05. Ini artinya bahwa ketersediaan sumber daya yang berasal dari bahan baku, tenaga kerja, dan teknologi produksi dari setiap usaha rendang yang ada di Sumatera Barat belum menjadi faktor penentu dalam menciptakan daya saing rendang itu sendiri. Hal ini disebabkan hampir semua pelaku usaha rendang di Sumatera Barat memiliki akses terhadap bahan baku yang relatif sama, seperti daging sapi, santan kelapa, dan rempah-rempah khas. Hal ini menyebabkan ketersediaan bahan baku tidak menjadi pembeda utama dalam daya saing, karena tidak ada diferensiasi yang signifikan di antara pelaku usaha.

Sebagian besar usaha rendang masih menggunakan metode produksi tradisional dengan sedikit variasi dalam inovasi teknologi. Jika ada modernisasi, seperti penggunaan mesin untuk efisiensi produksi, hal itu belum memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan karena teknologi tersebut bisa diadopsi oleh banyak pelaku usaha. Selain itu juga disebabkan kurangnya standardisasi dalam proses produksi dan pasokan bahan baku. Ini dapat menyebabkan banyak produk rendang bersaing pada level yang sama tanpa keunggulan spesifik.

2. Pengaruh Kondisi Permintaan Terhadap Daya Saing Rendang sapi

Dalam teori Diamond Porter, kondisi permintaan domestik dianggap sebagai



Gambar1. Struktural Model

faktor penting dalam menciptakan daya saing industri. Namun, dalam penelitian ini ditemukan ternyata kondisi permintaan tidak mempengaruhi daya saing usaha rendang daging di Sumatera Barat. Hasil estimasi SEM-PLS pada Tabel 2 memperlihatkan, dimana nilai P Value didapatkan 0.090 > α 0.05. Ini artinya bahwa karakteristik permintaan lokal ataupun luar Sumatera Barat tidak memberikan tekanan atau dorongan yang cukup bagi pelaku usaha rendang untuk meningkatkan kualitas, efisiensi, atau inovasi produk mereka. Jika konsumen tidak menuntut perbedaan kualitas atau inovasi produk, maka produsen cenderung mempertahankan metode produksi yang sudah ada tanpa dorongan untuk beradaptasi atau meningkatkan daya saingnya. Konsumen lokal atau konsumen luar Sumatera Barat cenderung puas dengan rendang yang sudah ada dan tidak memberikan tekanan kuat bagi produsen untuk meningkatkan kualitas atau menciptakan varian baru. Hal ini disebabkan rendang adalah warisan budaya kuliner Minangkabau yang sudah memiliki standar rasa yang jelas dan mapan. Konsumen, baik lokal maupun luar Sumatera Barat, cenderung menginginkan rendang dengan rasa yang autentik dan tradisional, bukan inovasi yang mengubah karakteristiknya. Akibatnya, produsen lebih fokus mempertahankan kualitas rasa tradisional daripada berinovasi. Namun berbeda dengan penelitian oleh Li dan Liu (2020) mengamati daya saing kopi Arabika di Indonesia, di mana mereka menemukan bahwa kondisi permintaan di pasar global lebih signifikan daripada di pasar domestik. Penelitian Choudhury & Saha (2021) tentang industri biskuit di India berpendapat bahwa perubahan dalam perilaku konsumen sering kali dapat mempengaruhi kondisi permintaan secara drastis. Mahapatra & Bansal (2020); Mahirwe & Wei (2018) mengamati bahwa kepuasan pelanggan memiliki dampak langsung pada daya saing, meskipun mereka tidak menemukan hubungan langsung antara

kondisi permintaan dan kinerja keuangan perusahaan.

3. Pengaruh Strategi Perusahaan,Struktur dan Rivalitas Terhadap Daya Saing Rendang

Hasil penelitian mendapatkan bahwa faktor strategi perusahaan, struktur dan rivalitas tidak signifikan berpengaruh terhadap daya saing usaha rendang di Sumatera Barat. Ini terlihat pada Tabel 2. nilai P Value didapatkan 0.950 > α 0.05. Faktor-faktor tersebut belum memberikan tekanan atau dorongan yang cukup untuk meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM rendang di Sumatera Barat. UMKM rendang belum memiliki strategi yang efektif dalam diferensiasi produk, efisiensi biaya, atau inovasi yang bisa meningkatkan daya saing mereka.

Struktur industri dari UMKM ini masih didominasi oleh skala usaha kecil dengan keterbatasan modal dan akses pasar, maka struktur ini tidak mendukung persaingan yang sehat. UMKM rendang merupakan UMKM dengan produk tradisional bisa membuat persaingan lebih lemah karena kurangnya investasi dalam inovasi teknologi dan branding. Selain itu UMKM tidak merasa ada tekanan dari pesaing sehingga mereka tidak terdorong untuk meningkatkan kualitas atau mencari strategi pemasaran yang lebih baik. Banyak usaha rendang beroperasi dalam skala kecil atau rumahan, dimana mereka lebih fokus pada keberlangsungan usaha daripada kompetisi agresif. UMKM rendang juga melayani segmen pasar yang berbeda seperti lokal dan luar Sumatera Barat), sehingga rivalitas langsung kurang terasa. Namun Eskandari (2015) mendapatkan faktor pesaingan, kualitas dan harga yang wajar, teknologi modern, memiliki manajemen yang kuat merupakan kekuatan bagi industri pangan di Hamadan provinsi Iran. Demikian juga Yoyo *et al*. (2023); Estevão *et al*. (2018) memberikan perspektif tambahan bahwa struktur industri dan strategi perusahaan tetap menjadi pilar penting dalam merumuskan daya saing. Bojnec dan Fertő (2017) menunjukkan bahwa daya saing produk agri-food juga sangat berkaitan dengan strategi pemasaran dan diversifikasi produk.

4. Pengaruh Industri pendukung Terhadap Daya Saing Rendang Sapi

Hasil penelitian yang mendapatkan bahwa industri pendukung tidak signifikan berpegaruh terhadap daya saing rendang daging sapi di Sumatera Barat. nilai P Values diperoleh 0.680 > α 0.05. Ini artinya pemasok bahan baku, logistik, peralatan produksi, agen pemasaran dan dukungan perbankan tidak memberikan dampak yang cukup kuat dalam meningkatkan daya saing UMKM rendang. UMKM rendang di Sumatera Barat masih bisa mendapatkan daging sapi dari pasar lokal atau peternak tanpa bergantung pada industri pemrosesan daging skala besar sehingga peran industri pendukung dalam daya saing menjadi kurang signifikan. Kurangnya inovasi pada kemasan dan pengawetan membuat industri pendukung seperti penyedia kemasan vakum, teknologi pengawetan masih terbatas, maka dampaknya terhadap daya saing UMKM rendang menjadi kecil. Hal ini membuat mereka tetap bergantung pada metode distribusi lokal. Sebagian besar pemasaran rendang dilakukan melalui word-of-mouth dan jaringan diaspora Minang, bukan melalui industri distribusi makanan yang besar.

Hasil penelitian ini relative sama dengan Cavazos (2022) dimana kurangnya dukungan pemasok dan jaringan pemasaran serta kurangnya inovasi membuat daya saing produk tradisional ini rendah dari produk keju internasional.

5. Pengaruh Peran Pemerintah terhadap Daya Saing Rendang Sapi

Pada industri rendang sapi di Sumatera Barat didapatkan hasil yang sama dengan konsep Porter's Diamond Model. Hasil penelitian mendapatkan bahwa ternyata peran pemerintah sangat mempengaruhi daya saing rendang dimana nilai signifikansi dihasilkan p = 0.000 < α 0.01. Hasil ini memperlihatkan bahwa pemerintah di kabupaten/kota di Sumatera Barat sebagai aktor kunci dalam menciptakan iklim usaha yang kompetitif dan berdaya saing tinggi dalam konteks industri rendang. Pemerintah telah berfungsi sebagai regulator, sebagai fasilitator, akselerator, dan katalisator dalam mendorong tumbuhnya daya saing yang berkelanjutan. Peran aktif pemerintah tampak

nyata melalui berbagai kebijakan dan program strategis. Beberapa bentuk peran pemerintah dalam peningkatan daya saing rendang yang dilakukan adalah adanya bantuan modal, bantuan alat-alat dan mesin produksi, membentuk jaringan pemasaran ekport dan kemudahan dalam perizinan. Dengan adanya intervensi tersebut, efisiensi dan produktivitas meningkat, sementara hambatan birokrasi dan keterbatasan modal yang selama ini menghambat pengembangan usaha dapat diminimalkan.

Pemerintah juga membangun gedung dan fasilitas produksi bersama yang dapat digunakan oleh anggota koperasi untuk meningkatkan efisiensi dan standar produksi. Keberadaan fasilitas ini tidak hanya meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya, tetapi juga mendorong standarisasi proses produksi sehingga kualitas produk menjadi lebih konsisten dan sesuai dengan tuntutan pasar modern. Anggota koperasi mendapatkan pelatihan terkait manajemen usaha, standar keamanan pangan, dan strategi pemasaran untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk. Berbagai pelatihan yang diperoleh, telah mendorong pelaku IKM untuk mengelola bisnis secara profesional dan adaptif terhadap perubahan pasar.

Pemerintah terkait juga telah membantu memasarkan produk IKM melalui berbagai saluran, termasuk pameran dan promosi di tingkat nasional maupun internasional. Upaya pemerintah ini telah berhasil memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan brand recognition rendang sebagai produk unggulan Sumatera Barat. Langkah ini menunjukkan bagaimana pemerintah berfungsi sebagai market enabler, membuka akses pasar yang sebelumnya sulit dijangkau oleh pelaku usaha skala kecil dan menengah. Pemerintah juga telah memberikan bantuan dalam memperoleh sertifikasi seperti izin edar dari BPOM dan sertifikat halal untuk memastikan produk memenuhi standar yang ditetapkan. Sertifikasi ini menjadi jaminan mutu dan keamanan pangan yang merupakan prasyarat utama bagi produk yang akan bersaing. Pemerintah juga telah memfasilitasi IKM dalam memenuhi permintaan ekspor, termasuk membantu dalam memenuhi standar internasional dan kebutuhan logistik.

Penelitian Adisetya (2022); Mahirwe & Wei (2018); Li *et al*. (2023) juga mendapatkan peran pemerintah signifikan terhadap peningkatan daya saing. Bargoni *et al*. (2022) kebijakan pemerintah yang responsif dan dukungan terhadap praktik pemasaran yang inovatif membantu perusahaan memperbaiki daya saing mereka dalam menghadapi tantangan yang tak terduga. Dimitrijević *et al*. (2023) mendapatkan bahwa dukungan pemerintah dalam meningkatkan kualitas produk dapat membantu produsen lokal dalam memperkuat daya saing.

6. Pengaruh Peran Peluang Terhadap Daya Saing Rendang Sapi

Dalam Porter's Diamond Model, peluang (chance) bukan termasuk elemen inti tetapi tetap memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing industri. Nilai PValue diperoleh 0.450 > α 0.05. Ini mengindikasikan bahwa peran peluang seperti peluang ekspor yang lebih luas, media sosial dan influencer kuliner, ternyata belum signifikan dan maksimal membantu meraih pasar lokal dan internasional. Meskipun peluang di luar tidak menunjukkan hasil yang menggembirakan, strategi internal yang kuat dapat menjadi cara untuk berkompetisi lebih baik (Arifanto *et al*., 2023). Penelitian Kadarisman (2022) menunjukkan bahwa rendahnya ekspor kuliner Indonesia disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang kuliner nasional di luar negeri. Ramdan *et al*. (2023) mendapatkan bahwa meskipun influencer marketing dapat meningkatkan kesadaran merek, faktor kepercayaan konsumen memainkan peran penting dalam efektivitasnya.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa konstruk yang signifikan berpengaruh terhadap daya saing rendang daging sapi adalah peran pemerintah sedangkan kondisi faktor, kondisi permintaan, strategi perusahaan, struktur, dan rivalitas, industri pendukung, dan peran peluang tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing rendang daging sapi di Sumatera Barat. Temuan ini mengindikasikan bahwa industri rendang di Sumatera Barat masih sangat bergantung pada intervensi

pemerintah, baik dalam bentuk kebijakan, regulasi, dukungan promosi, maupun fasilitasi produksi dan perizinan. Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa faktor-faktor lain dalam Diamond Porter belum berkembang secara optimal dalam mendukung daya saing industri rendang. Misalnya, keterbatasan ketersediaan bahan baku lokal karena harganya tinggi, kurangnya inovasi dalam strategi bisnis, serta belum kuatnya industri pendukung dapat menjadi kendala yang menghambat pertumbuhan daya saing. Kebijakan integratif antara sektor peternakan dan industri olahan perlu dirancang agar ketersediaan daging sapi sebagai bahan baku lebih terjamin dengan harga stabil. Pemerintah daerah dapat menginisiasi kemitraan antara peternak, koperasi, dan industri rendang dalam pola value chain yang berkeadilan. Ketergantungan yang tinggi terhadap intervensi pemerintah menunjukkan perlunya kebijakan transisi menuju penguatan kapasitas mandiri pelaku usaha. Pemerintah dapat mengadopsi kebijakan yang bersifat enabling (memampukan) daripada intervening, dengan menumbuhkan ekosistem bisnis yang kompetitif, kolaboratif, dan berkelanjutan

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Peternakan Universitas Andalas yang telah mendanai penelitian ini dan kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi.

DAFTAR PUSTAKA

Adisetya, E., Krisdiarto, A. W., Partha, I. B. B., & Priyambodo. 2022. Analysis of TheCompetitiveness of Coffee Agroindustry in Sleman Regency. Tropical Plantation Journal, 1(1): 21. https://doi.org/10.22013/tpj.v1I1.4

Agustia, S. 2020. Upaya Indonesia Mengekspor Rendang Sumatera Barat ke Amerika Serikat. JOM FISIP, 7(1)

Arifanto, A., Sabih, I., & Rahman, A. 2023. Membangun Strategi Keunggulan Bersaing Pada Bisnis Konstruksi Studi Kasus: PT Nindya Karya (Persero). Journal of Economics and Business Ubs, 2(6): 688-703. doi:10.52644/joeb.v2i6.688

Bargoni, A., Caputo, V., & Vecchio, R. 2023. Competitive strategies in the agri-food industry in Italy during the COVID-19 pandemic: an application of K-means cluster analysis. British Food Journal, 125(3): 1032-1044. doi:10.1108/BFJ-07-2021-0738

Bojnec, Š., & Fertő, I. 2017. Determinants of agri-food product competitiveness in the EU: A focus on strategy and market. Journal of International Food & Agribusiness Marketing, 29(2): 164-179. doi:10.1080/08974438.2017.1379111

Bowo, P. A., Nurayati, A., & Imleesh, R. M. M. 2016. Analysis of competitiveness and government policy on rice, corn and soybean farming. JEJAK: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan, 9(2): 124–137. https://doi.org/10.15294/jejakv9i2.8235

Cavazos González, L. E. 2022. The Michael Porter Diamond approach. Level of international competitiveness of the Mennonite cheesemaking industry in Cuauhtémoc, Chihuahua, Mexico. Journal of Business, 14(1): 79-86. https://doi.org/10.21678/jb.2022.2030

Choudhury, R., & Saha, D. 2021. Consumer Behavior and Its Impact on Demand for Biscuit Industry in India: An Empirical Study. Journal of Consumer Marketing, 38(7): 715-726. doi:10.1108/JCM-03-2021-0415.

Chin, W. W. 1998. The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), Modern methods for business research. Lawrence Erlbaum Associates. pp. 295–336.

Dimitrijević, M., Topalović, D., & Ćerimović, A. 2023. Agri-food products quality as exports competitiveness determinant of the Republic of Serbia. Facta Universitatis Series Economics and Organization, 20(1): 51-63. doi:10.22190/FUEO230412008D

Eskandari, M. J., Miri, M., & Gholami, S. 2015.

Factors affecting the competitiveness of the food industry by using Porter's Five Forces model: Case study in Hamadan Province, Iran. Asian Journal of Scientific Research, 8(3): 327-338.

Estêvão, C., Nunes, S., Ferreira, J. J., & Fernandes, C. 2018. Tourism sector competitiveness in Portugal: applying Porter's Diamond. Tourism & Management Studies, 14(1): 30 – 44 . https:// doi. org/ 10 . 18089 / tms.2018.14103

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. 2014. A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Hamulczuk, M. and Pawlak, K. 2022. Determinants for international competitiveness of the food industry in 43 countries worldwide: evidence from panel models. Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy, 17(30): 635–667, doi:10.24136/ eq.2022.022.

Joseph, P., Searing, A., Watson, C. and McKeague, J. 2020. Alternative Proteins: Market Research on Consumer Trends and Emerging Landscape. Meat and Muscle Biology, 4(2): 1–11, doi: 10.22175/mmb.11225

Kadarisman, A. S. 2022. Recipe for The Global Plate: Low Indonesian Culinary Exports and International Awareness. Jurnal Kepariwisataan Indonesia, 16(2): 117-137. doi:10.47608/jki.v16i22022.

Li, X., Zhang, Y., & Chen, L. 2023. Factors Influencing Cultural Industry Competitiveness in Anhui Province Using Porter's Diamond Model and the Mediating Effect of Government Support. International Journal of Professional Business Review, 8(6): 1817. doi:10.26668/ businessreview/2023.v8i6.

Li, X., & Liu, T. 2020. An Analysis of Competitive Advantages of Indonesian Arabica Coffee Based on the Porter Diamond Model. Journal of International Food & Agribusiness Marketing, 32(2): 132-148. doi:10.1080/89.

Malkus, S. 2017. Dutch agricultural trade flows: An analysis using Porter's Diamond model. A literature study on the Dutch agricultural trade using Porter's Diamond model to explain the current trends observed. Wageningen University & Research.

Mahirwe, A. M., & Wei, L. 2018. Investigation of Competitive Advantage of the Dairy Industry Cluster: The Case of Rwanda. American Journal of Industrial and Business Management, 8(5): 1358–1388. https://doi.org/10.4236/ ajibm.2018.85092

Mahapatra, S., & Bansal, J. 2020. Customer Satisfaction and Its Impact on Competitive Advantage: Evidence from the Food Industry. Journal of Business Research, 109: 275-284. doi:10.1016/j. jbusres.2019.10.032.

Porter, Michael, E. 2008. Strategi Bersaing (Competitive strategy). Tanggerang: Karisma publishing group

Ramdan, I., Ricky, A., & Putri, S. 2023. Effect of Influencer Marketing and Green Marketing on Brand Awareness of Traditional Culinary SMEs in West Java. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 12(3):98-107. doi:10.23887/jishv12i3.66147

Sartika, W., Hartono, B., Utami, H. D., & Radiati, L. E. 2023. The resilience of rendang industries during and after COVID-19 pandemic: A marketing collaboration and supply chain management approach. Advances in Animal and Veterinary Sciences, 11(6): 998-005. https://doi.org/10.17582/ journal.aavs/2023/11.6.998.1005

Setiawan, A.B. and Mulyaningsih, T. 2022. Competitiveness of Food Crop Commodity in Developing Countries: A Semi-Systematic Literature Review. Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis (JPEB), 10(1): 78–86, doi: 10.21009/ jpeb.010.1.7

Suresti, A., Dinata, U. G. S., Hasan, A., Hellyward, J., & Wati, R. 2019. Strategies for developingSMEs (Small and Medium Enterprises) of "Rendang" with strengthening regional

innovation systems in Payakumbuh City. In Conference Proceeding 3rd International Conference on Security in Food, Renewable Resources, and Natural Medicines.

Suresti, A., Wati, R., Gatot, U., & Hasan, A. 2021. Analysis of added value of various rendang products in strengthening regional innovation system in the city of Payakumbuh, West Sumatera. American Journal of Animal and Veterinary Sciences, 16(4): 312–317.https://doi.org/10.3844/ajavsp.2021.312.317

Wati, R., Tan, F., Games, D., & Ridwan, E. 2023. SMEs Strategies to Improve the Competitiveness of Dairy Products in West Sumatra Province, Indonesia. American Journal of Animal and Veterinary Sciences, 18(2): 139–146.https://doi.org/10.3844 ajavsp.2023.139.146

Winahyu, N & Pratama, W,A. 2022. Kepuasan Konsumen Produk Rendang Kemasan "Uda Chaniago. Mahatani Vol. 5, No 1: 21-33. https://www.researchgate.net/publication

Yoyo, T., Hanitha, V., & Hendra, H. 2023. Developing The Competitiveness Model of The Palm Oil-Based Fatty Acid and Fatty Alcohol Industry in Indonesia Using Porter's Diamond Cluster Competitiveness Model. Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis, 21(1): 13–23. https://doi.org/10.31253/pe.v21i1.1537

Zuhdi, F., Rambe, K. R., & Rahmadona, L. 2022. Analysis of competitiveness and forecasting of Indonesian tea exports to main destination countries. Media Ekonomi dan Manajemen, 37(2): 240–251. https://doi.org/10.24856/mem.v37i2.2888